

ANALISIS WACANA KOMODIFIKASI ISLAM DALAM TVC POCARI
SWEAT VERSI BULAN RAMADHAN

SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
Semester Gasal 2015/2016

Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat

Bagian atau keseluruhan ini skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/ atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan formasi kutipan dalam isi skripsi

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga



Surabaya, 18 Desember 2015

Penyusun

Lukmanul Hakim Firdausi

ANALISIS WACANA KOMODIFIKASI ISLAM DALAM TVC POCARI
SWEAT VERSI BULAN RAMADHAN

SKRIPSI

Maksud: Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Disusun Oleh :

LUKMANUL HAKIM FIRDAUSI

071115097

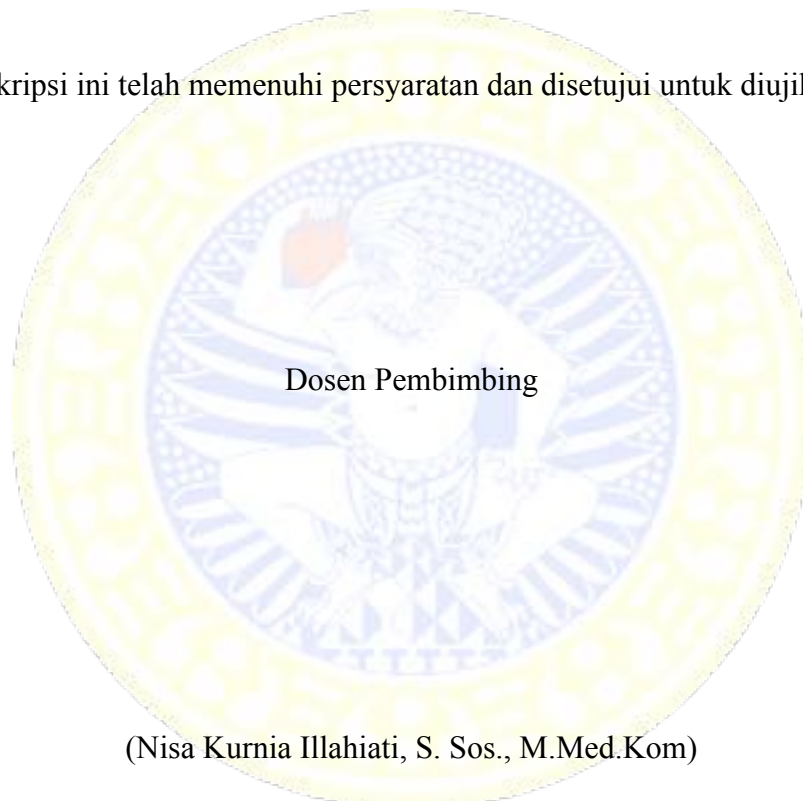
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Gasal/ Tahun Ajaran 2015/2016

Halaman Persetujuan Pembimbing

Analisis Wacana Komodifikasi Islam Dalam TVC Pocari Sweat Versi Bulan
Ramadhan

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan



Dosen Pembimbing

(Nisa Kurnia Illahiati, S. Sos., M.Med.Kom)

NIP : 198412302014042001

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi
Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga



Pada Hari Rabu
Tanggal : 30 Desember 2015
Pukul 08.00 – 09.30

Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji

(Dr. Yayan Sakti, S, Sos., M.Si)
NIP. 197 010 021 998 021 001

Anggota 1

Anggota 2

(Dina Septiani, B.Comm., M.Comms)
NIP. 198 209 052 006 042 002

(Nisa Kurnia Illahiati, S.Sos.,M.MedKom)
NIP. 198 412 302 014 042 001

LEMBAR PERSEMBAHAN

Halaman persembahan ini saya haturkan untuk orang – orang sekitar saya yang telah hadir dari awal perkuliahan sampai penuntasan pendidikan di Universitas Airlangga Surabaya ini. Berikut daftar halaman persembahan skripsi saya :

Tuhan YME

Hamba tahu bahwa kelulusan ini awal dari segalanya untuk mengetahui apa tujuan hidup yang sebenarnya.

Kedua Orang Tua dan Saudara Kandung

Teristimewa kepada kedua Orang Tua yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dari segi moril dan materi sehingga skripsi dapat terselesaikan. Terima kasih kepada kakak Rizal dan Ian, meskipun kita tumbuh besar tapi tidak terlalu dekat, tetapi kalian sangat berpengaruh dalam bagaimana saya membentuk karakter pribadi.

Keluarga Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada keluarga Commers atas kebersamaannya selama beberapa tahun. Terutama kepada teman seperjuangan 4,5 tahun, Rere, Camad, Jerry, Bima, Dianto, Sugab, Yordhan, Gredi, Elsa. Terima kasih juga kepada Ermeyta yang banyak membantu memberikan referensi dalam penyusunan skripsi dan teman berbagi ilmu kehidupan. Tak lupa terima kasih juga kepada Iqbal telah menjadi rekan berbagi ide kreatif dan pandangan hidup kedepan.

Dan Teristimewa Kepada

Nur Fadilah Arifina yang selalu mendukung tanpa lelah dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan, dan semoga seterusnya ;). Aamiin.

Special thanks, untuk semua orang yang belum disebut namanya di sini.

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada wacana bagaimana Islam dikonstruksi dan dikomodifikasi melalui symbol – symbol yang dimunculkan dalam tayangan iklan televisi Pocari Sweat pada bulan Ramadhan tahun 2011 hingga 2015. Islam sebagai agama banyak hadir menjadi tema yang sering dilibatkan dalam tayangan televisi dan memiliki kecenderungan bergesernya fungsi utama agama Islam itu sendiri yang awalnya sebagai tuntunan menjadi tontonan. Pemilihan tayangan iklan Pocari Sweat karena mengingat Pocari Sweat merupakan pionir minuman isotonik yang mampu mengubah cara pandang masyarakat tentang kebutuhan cairan tubuh, selain itu dengan ditayangkan iklan Pocari Sweat pada bulan Ramadhan, Pocari Sweat seakan memosisikan dirinya sebagai sebuah syarat dan kebutuhan agar aktifitas berpuasa seseorang berjalan lancar. Penelitian ini ingin melihat bagaimana Islam dikonstruksi sebagai perantara untuk menyampaikan wacana melalui komodifikasi symbol – symbol yang ditampilkan dalam iklan televisi Pocari Sweat bulan Ramadhan. Untuk dapat menjelaskan bagaimana Islam dikonstruksi melalui wacana – wacana tertentu pada iklan televisi Pocari Sweat, peneliti menggunakan teori iklan yang telah menjelma menjadi suatu realitas sosial dan komodifikasi agama sebagai dasar menganalisis wacana dalam teks dan gambar yang ditampilkan dalam tayangan tersebut. Menggunakan analisis wacana Fairclough, peneliti menghubungkan antara teks, praktik wacana, dan praktik sosial budaya.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa telah terjadi bentuk komodifikasi agama melalui wacana yang disampaikan melalui iklan – iklan Pocari Sweat. Melalui iklan – iklan tersebut pula secara tak langsung terdapat penyampaian ideologi bermuatan konsumtif. Melalui iklan – iklan ini pula terdapat bentuk reproduksi simbol Islam berupa pakaian muslim terutama jilbab yang kerap kali penggunaannya tidak sesuai dengan aturan yang ditetapkan, yang peneliti nilai merupakan hanyalah sebatas selebrasi belaka. Dalam iklan ini, memanfaatkan momen dinilai merupakan cara yang ampuh untuk menyampaikan pesan – pesan pemasaran mereka. Alih – alih untuk meramaikan suasana bulan Ramadhan yang kental akan spritualisme, iklan Pocari Sweat justru berusaha melakukan pembatasan – pembatasan yang seharusnya terjadi pada bulan Ramadhan, dengan diminimalkannya pesan untuk melakukan ritual ibadah Islam.

Melalui penelitian ini ditemukan kenyataan bahwa iklan Pocari Sweat berusaha untuk mengubah cara pandang masyarakat tentang minuman isotonik melalui proses komodifikasi Islam dan menyebarkan wacana – wacana terkait dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

Kata kunci : analisis wacana, komodifikasi islam, realitas iklan

ABSTRACT

This study focuses on the discourse on how Islam is constructed and commodified through the symbols which appeared in the Pocari Sweat's TV commercial in Ramadhan from 2011 to 2015. Islam as a religion is often used as a theme in TV show and has a tendency in the shifting of its primary purpose which initially as requirement become a show. Pocari Sweat's commercial is chosen because it is the pioneer of isotonic drinks that capable to change the society's point of view about the importance of the body fluids, in addition with the airing of Pocari Sweat's commercial in Ramadhan, Pocari Sweat as if deemed as a requirement and the need in one's fasting activities.

This study would like to see how Islam was constructed as an intermediary to deliver a discourse through commodification of symbols shown in the Pocari Sweat's commercial TV in Ramadhan. Thus, the researcher used the theory of advertising which embodied into a social reality and the commodification of religion as the foundation in analyzing discourse within the texts and images. The researcher is using the discourse analysis by Fairclough to connect the text, the practice of discourse, and the practice of social and cultural.

This study shows that there has been a commodification of religion through the discourse portrayed through the Pocari Sweat's commercials. Furthermore, commercials also indirectly delivering the ideology of consumption. These commercials also contained a reproduction of the symbol of Islam, Hijab which is often seen in an inappropriate manner, yet the researcher's limitation is only in the celebration. This commercial took an advantages of an event which considered as a powerful way to deliver their marketing messages. Instead to enliven the spiritual atmosphere of Ramadhan, Pocari Sweat commercials tried to limit what should have happened in Ramadhan by reducing the message for Islam to perform the ritual.

This study found the fact that Pocari Sweat's commercials tried to change the society's point of view about isotonic drinks through a commodification process of Islam and propagated the discourses to make a profit.

Keywords: discourse analysis, commodification of Islam, the reality of advertising

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Wacana Komodifikasi Islam Dalam TVC Pocari Sweat Versi Bulan Ramadhan**” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi ilmu komunikasi Universitas Airlangga.

Tak lupa, penulis ingin berterima kasih kepada mbak Nisa Kurnia, selaku dosen pembimbing yang telah bersabar dalam membimbing dan memberikan saran – saran serta pengetahuan yang sangat berguna selama tiga semester terakhir. Ucapan terima kasih juga dihaturkan kepada seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, dari awal hingga akhir pengerjaan.

Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna. Saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan yang berkelanjutan serta juga diharapkan adanya penelitian lanjutan dari topik ini, mengingat masih terbatasnya kemampuan penulis dalam meneliti studi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan bagi dunia pendidikan.

Surabaya, 5 Januari 2016

Penulis,

Lukmanul Hakim Firdausi

Daftar Isi

Cover dalam	i
Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat	ii
Halaman Maksud dan Tujuan	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iv
Halaman Pengesahan Panitia Penguji	v
Halaman Persembahan	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	I - 1
I.1 Latar Belakang Masalah	I - 1
I.2 Rumusan Masalah	I – 11
I.3 Tujuan Penelitian	I – 11
I.4 Manfaat Penelitian	I – 11
I.5 Tinjauan Pustaka	I – 12
1.5.1 Iklan Sebagai Realitas Sosial	I – 12
1.5.2 Identitas islam dalam televisi sebagai industry media ..	I – 13
1.5.3 Iklan di Media Televisi	I – 16
1.5.4 Karakteristik Televisi	I – 18
1.5.5 Analisis Wacana	I – 20
I.6 Metodologi Penelitian	I – 26
1.6.1 Tipe Penelitian	I – 26
1.6.2 Metode Penelitian	I – 26
1.6.3 Unit Analisis	I – 27
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	I – 27
1.6.5 Teknik Analisis Data	I – 28
BAB II	
GAMBARAN UMUM	II – 1

	II.1 Iklan Minuman di Bulan Ramadhan	II – 1
	II.2 Kelas Menengah di Indonesia	II – 2
	II.3 Iklan TVC Pocari Sweat	II – 6
	II.3.1 Preview Iklan Pocari Sweat Ramadhan (2011)	II – 7
	II.3.2 Preview Iklan Pocari Sweat Ramadhan (2012)	II - 13
	II.3.2 Preview Iklan Pocari Sweat Ramadhan (2013)	II – 19
	II.3.3 Preview Iklan Pocari Sweat Ramadhan (2014)	II – 26
	II.3.4 Preview Iklan Pocari Sweat Ramadhan (2015)	II – 32
BAB III	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	III – 1
	III.1 Islam Sebagai Produk Komersialisasi Iklan	III – 2
	III.1.1 Penggunaan Simbol dan Atribut Islam dalam Iklan....	III – 11
	III.1.2 Penggunaan Karakter <i>iconic</i> sebagai strategi <i>visual</i> <i>marketing</i>	III – 21
	III.2 Restriksi Wacana Puasa Dalam Konstruksi Ibadah Puasa Dalam Iklan Pocari Sweat.....	III - 28
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	IV – 1
	IV.1 Kesimpulan	IV – 1
	IV.2 Saran	IV – 2

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Contoh berbagai minuman isotonik	I – 1
Gambar 3.1	: Penggunaan jilbab yang memperlihatkan rambut bagian depan <i>talent</i> perempuan pada iklan Pocari Sweat 2014	III – 16
Gambar 3.2	: Penggunaan jilbab yang memperlihatkan rambut bagian depan, pada iklan Pocari Sweat 2012 (kiri) dan 2013 (kanan)	III – 17
Gambar 3.3	: Irfan Bachdim membintangi iklan Pocari Sweat versi 2011	III – 24
Gambar 3.4	: Irfan Bachdim dengan timnas (kiri), Irfan Bachdim dalam iklan Pocari Sweat (kanan)	III – 26
Gambar 3.5	: <i>scene</i> dimana waktu sholat telah tiba	III – 30
Gambar 3.6	: Iklan produk Bearbrand (kiri) dan Promag (kanan) yang beriklan pada bulan Ramadhan	III – 34
Gambar 3.7	: Iklan produk Bearbrand (kiri) dan Promag (kanan) yang beriklan pada bulan Ramadhan	III – 34
Gambar 3.8	: Produk Aqua beriklan pada bulan Ramadhan	III – 35
Gambar 3.9	: Ilustrasi indikator cairan tubuh, antara minum Pocari Sweat (kanan), dan tidak minum Pocari Sweat (kiri)	III – 36
Gambar 3.10	: <i>Tagline</i> di akhir salah satu versi iklan televisi Pocari Sweat (2015)	III – 37
Gambar 3.11	: <i>Tagline</i> di akhir iklan Pocari Sweat 2015	III – 39
Gambar 3.12	: Gambaran alur pandangan mata dalam melihat teks	III – 41
Gambar 3.13	: ilustrasi indikator cairan tubuh	III – 44
Gambar 3.14	: Indikator cairan tubuh yang selalu ditampilkan dalam iklan Pocari Sweat	III – 48
Gambar 3.15	: Indikator cairan tubuh yang selalu ditampilkan dalam iklan Pocari Sweat	III – 48
Gambar 3.16	: Alur pergerakan cairan tubuh digambarkan bergerak dari atas ke bawah	III – 49
Gambar 3.17	: Iklan Promag dalam bulan Ramadhan	III – 49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	:	II - 12
Tabel 2.2	:	II - 18
Tabel 2.3	:	II - 25
Tabel 2.4	:	II - 31
Tabel 2.5	:	II - 38
Tabel 3.1	:	III - 6
Tabel 3.2	:	III - 11
Tabel 3.3	:	III - 14
Tabel 3.4	:	III - 43
Tabel 3.5	:	III - 46

